

Однако есть и несколько критериев, требующих более пристального внимания. Самую низкую оценку получили визуальные материалы. Клиенты отметили отсутствие рекламных материалов, каталогов, журналов, буклетов, которые описывали бы в полной мере, какие услуги предоставляет данное агентство. Отсутствуют журналы, которые можно почитать во время ожидания обслуживания и во время оформления заказа. Следующими факторами, получившими низкую по сравнению с остальными критериями оценку, являются интерьер помещений, использование агентством современного оборудования и отсутствие ошибок и неточностей в работе.

На основе полученных данных составлены рекомендации ООО «Аэротур» по повышению качества обслуживания авиапассажиров:

- обновление внешнего вида офиса внутри;
- рассмотрение возможности введения в деятельность сервисного предприятия единого стиля визуальных составляющих процесса обслуживания;
- рассмотрение возможности приведения внешнего вида сотрудников офиса к единому стилю;
- возобновление активной деятельности в интернете и социальных сетях.

Результаты проведенного исследования показали, что некоторые аспекты процесса обслуживания авиапассажиров требуют внимания со стороны исследуемого предприятия. Предложенные рекомендации могут способствовать повышению качества процесса обслуживания авиапассажиров и привлечению новых клиентов. Обновленный и современный внешний вид офиса внутри способен создать благоприятную, располагающую к общению обстановку. Комфортная обстановка, опрятного вида персонал, единый стиль организации располагает потенциальных клиентов, и способствует их возвращению и повторным продажам. Наличие визуальных составляющих в офисе способно занять авиапассажира в ожидании исполнения услуги. Активная деятельность в интернете способствует пред- и послепродажному обслуживанию потребителей.

1. ГОСТ Р 54600-2011 Национальный стандарт Российской Федерации Туристские услуги Услуги турагентов // СПС «Кодекс». [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-54600-2011>

2. Шеметова Е. В., Самохина Л. С. Организация обслуживания: сетевой курс. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2010. – 96 с.

3. Юдицкий С.С. Ключевые показатели качества обслуживания клиентов в ритейле и сфере услуг // КРiLIB [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kpilib.ru/article.php?page=944>

4. Белобжецкий В. Методы оценки качества услуг // Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – 2012. – №1. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17805347>

5. Решение задачи: Маркетинг // МатБюро математическое бюро [Электронный ресурс]. – URL: https://www.matburo.ru/Examples/Files/Mark_1.pdf

Рубрика: Экономика и управление народным хозяйством

УДК 338.4: 656.7

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ В АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК»

А.С. Успенская
бакалавр

И.А. Шеронова
д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Развитие международных и региональных связей зависит не только от социально-экономических факторов, но и от уровня оказания услуг в аэропорту. Главным субъектом деятельности аэропорта является управляющая компания, которая на основе реализуемой концепции формирует среду партнерских отношений, культуры предоставления услуг и от-

ветственности всех участников при взаимодействии друг с другом для оказания услуг пассажирам и другим потребителям услуг аэропорта. Клиентоориентированность – это и есть концепция развития аэропорта, которая содержит критерии адаптации к внешней и внутренней среде для обеспечения удовлетворенности потребителей и достижения финансовых показателей.

Ключевые слова и словосочетания: клиентоориентированность, неавиационные услуги, деятельность аэропорта, системный подход, потребности пассажиров, сегментация услуг.

THE PROCESSES OF CLIENT SERVICE IN VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT

International and region development demands on high level of airport service. Cooperation and partnership between management company in airport and others service and retail company focus they attention on the responsibility towards customers. The paramount concept is that of development airport, to adaptation to internal and external change eventually proved limited indeed. The processes of client service is made to achieve the financial targets.

Keywords: *processes of client service, airport's service, managing the airport, systematic approach, passenger demand, segmentation the service.*

Современное развитие общества определяет степень его мобильности и стремление путешествовать с различными целями. Одним из популярных средств перемещения является авиатранспорт, что требует от пассажира прибытия в аэропорт. Современный аэропорт в представлениях часто путешествующего пассажира имеет образ полиса со своей инфраструктурой и условиями для жизнедеятельности человека. В то же время, неотъемлемой частью организации пребывания пассажира является обеспечение безопасности. Этот фактор является безусловным, а аэропортовые услуги: регистрация билетов и оформление багажа, предполетный досмотр, другие требования контроля безопасности являются для любого пассажира обязательными и не вызывающими возражений процедурами. В то же время, ожидание потребителя в отношении авиационных и неавиационных услуг имеет одинаковое отношение: деятельность направлена на удовлетворение потребностей, а процесс оказания услуг не должен вызывать неудовольствия.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что осуществлена попытка обосновать проблему клиентоориентированности деятельности аэропорта с точки зрения качества менеджмента управляющей компании и развития концепции аэропорта как проекта.

Цель работы состоит в исследовании структуры процесса обслуживания пассажиров в аэропорту и разработке рекомендаций для создания системы управления клиентоориентированностью с помощью управления ассортиментом.

Объект исследования – клиентоориентированность сервисного предприятия. Предмет исследования – клиентоориентированность процесса обслуживания пассажиров в аэропорту.

В работе были использованы такие методы исследования, как: анализ учебной и научной литературы, обобщение данных, синтез, анализ статистических данных, сравнение данных.

Рынок аэропортовых услуг – высококонкурентный рынок в регионах с высокой деловой активностью, развитым туристским рынком, что формирует требования к конкурентным преимуществам: скорость и качество регистрации пассажиров, приема и выдачи багажа, предоставление услуг питания и проживания, а также дифференциация на основе развития ассортимента и цены предложений дополнительных услуг неавиационной деятельности.

На рынке услуг аэропорта «Международного аэропорта «Владивосток» конкурентная борьба за пассажиров, перевозчиков осуществляется с помощью использования механизмов управления деловой активностью и в субъекте – развитие туризма, инвестиционная привлекательность, при этом важными стимулами являются федеральные программы и развитие международных связей для популяризации туристских объектов и программ в Приморском крае. За 2019 г. пассажиропоток увеличился на 17%. С 2012 г. наблюдается рост количества пассажиров, воспользовавшихся услугами аэропорта (рис.1).

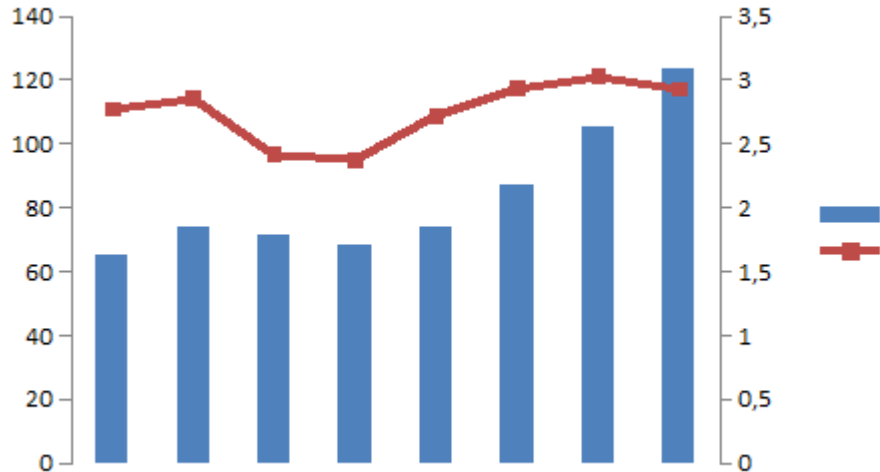


Рис. 1. Динамика пассажирооборота «Международного аэропорта «Владивосток» [1]

Качественный состав пассажиропотока показывает рост количества туристов, в том числе в составе группы, участников мероприятий и пассажиров, прибывающих с деловой целью. Несмотря на то, что поток пассажиров состоит из гостей разных стран и приехавших с разными целями, всех объединяет потребность в оптимально коротком периоде прохождения формальных процедур, доступности базовых услуг, уверенности в безопасности предоставляемых услуг. В то же время, каждый из пассажиров рассчитывает получить услуги, которые привык видеть в других аэропортах.

На первый план выходит задача клиентоориентированности, под которой можно понимать комплексность, системность, согласованность и экономическую целесообразность организации услуг.

Исследователи проблемы клиентоориентированности определяют данный термин по-разному, используя управленческие подходы к производству услуг. Так, клиентоориентированный подход понимают как целостную систему идей, взглядов, методов управления, позволяющих компании устанавливать, поддерживать и развивать взаимоотношения с потребителями для достижения поставленной экономической цели [2, с. 96].

Клиентоориентированность определяют и как концепцию бизнеса, которая включает комплекс мероприятий, направленных на удовлетворение и формирование потребностей как конечных потребителей, так и торговых посредников, реализуемые на всех уровнях управления, ориентированные на проактивное развитие с целью достижения конкурентного преимущества [2, с. 97].

Существуют и более узкие трактовки данного термина, которые связаны с критериями построения отдельных процессов. Так, А.А. Малышев предлагает следующее определение клиентоориентированности: «способность компании и сотрудников вовремя определять желания клиентов, чтобы удовлетворить их своей продукцией или услугой с максимальной выгодой, сформировать поток лояльных покупателей, увеличить продажи и сформировать отличительные признаки от конкурентов» [3].

Существуют и образные трактовки, например «создание на каждом этапе пути клиентов такого потребительского опыта (customer experience), который будет превосходить их ожидания и формировать их удовлетворенность [4].

Следует отметить, что формирование услуг в аэропорту – это совместное участие сотрудников государственных ведомств, коммерческих организаций, выполняющих по содержанию и назначению разные функции.

Эффективность хозяйственной деятельности аэропорта формируют два основных фактора: проект зданий и сооружений аэропорта и результативность деятельности управляющей компании, которая для достижения целей стратегического развития управляет инфраструктурой, оптимизирует привлечение инвестиций в развитие аэропорта, вводит стандарты обслуживания. Координация деятельности всех субъектов на территории аэропорта требует формирования пу-

ла интересов и мотивов для интеграции управления процессами, в которых принимают участие как органы безопасности, таможенных служб, транспортных компаний, обслуживающих компаний, а также привлеченных организаций для организации досуговой деятельности, питания и отдыха в периоды ожидания пассажиров.

Проект «Международного аэропорта «Владивосток» предусматривает максимальную нагрузку – 3,5 млн. пассажиров в год. Кроме того, современная планировка не предусматривает группы площадок с разным целевым назначением. Территория характеризуется гостями как компактная, есть все необходимое, но не более. Необходимо отметить, что существуют планы по повышению проектной мощности и развитию инфраструктуры аэропорта.

Ключевыми проблемами обслуживания пассажиров является время ожидания, которое требуется для выполнения оформления пассажиров перед посадкой на рейс. Обеспечение оптимального количества сотрудников, техническое обеспечение и бесперебойность работы технических средств в соответствии с проектной мощностью аэропорта формирует лояльное отношение пассажиров к месту пребывания, персонала к рабочему месту, а посредников – доверительные партнерские отношения.

Рассматривая клиентоориентированность как комплексный подход к организации деятельности, нельзя не упомянуть о воздействии на персонал всех участников производства услуг. Существуют два аспекта клиентоориентированности персонала:

- внутренний, основанный на личностных установках сотрудника, которым невозможно научить, но существует потенциал развития;
- внешний – сформировать потребность думать и анализировать ситуацию, быть устойчивым к ее нестабильности, в то же время соблюдать стандарты и процедуры обслуживания, разработанные и внедренные на предприятии.

Подготовка персонала «Международного аэропорта «Владивосток» осуществляется силами учебного центра и системой внутреннего обучения. Система стандартов позволяет сотрудникам формировать четкое понимание о том, что и в каких случаях нужно делать. В то же время, у гостей существуют нарекания на отсутствие гостеприимства (открытости, доброжелательности и радушия) у сотрудников, работающих в аэропорту.

Клиентоориентированность содержит и организацию внутренней культуры. При этом аэропорт находится в таком положении, когда внутренняя культура должна представлять единое поле для всех участников организации услуг. Внутренняя культура в разрезе клиентоориентированности включает следующие аспекты:

- установки на восприятие коллег и работников других организаций, осуществляющих деятельность на территории аэропорта;
- мотивация – внутренние установки работников, на которые воздействуют руководители;
- профессионализм – безусловные стандарты профессиональной деятельности;
- коммуникации – доброжелательность, компетентность и отзывчивость;
- вовлеченность – ориентация на цели компании, тождество интересов работников с интересами компании [5, с. 48].

Клиентоориентированность – стратегический инструмент формирования услуг, востребованных основными сегментами, способность предвосхищать ожидания пассажиров. Для определения основных и дополнительных критериев требуется создание паспорта пассажиров и их потребностей, которые формируются через результаты опросов, наблюдений, анализа статистики, отзывов, реализации пробных услуг [6]. Паспорт потребителя включает комплекс критериев, который дает представление об ожиданиях клиента в получении услуг. Так, преобладание пассажиров той или иной страны дает возможность учесть привычки граждан получать услуги в своей стране и учитывать именно положительный опыт коллег, а также формировать культурно-досуговой комплекс услуг, интересный туристам. Выявление доли пассажиров и посетителей семей с детьми дает основание для организации детских и семейных игровых комнат, количества посадочных мест в предприятиях питания и размеры столиков с задачей – разместить всю семью рядом. Преобладание той или иной цели поездки (отдых, бизнес, транзит, обучение, лечение, участие в мероприятии и др.) формирует предпосылки для разработки комплекса услуг для той или иной группы потребителей.

Не случайно не делается акцент на потребности только пассажиров, потребителями услуг являются и встречающие, и провожающие, и посетители, приехавшие на встречу с уходящими или прибывающими пассажирами. Современный концепт аэропорта – аэрополис реализует

стратегию городской среды, что позволяет развивать услуги в разных направлениях, отслеживая постоянные изменения в предпочтениях посетителей и пассажиров в частности.

Партнерские программы – также часть клиентоориентированной стратегии развития аэропортов. Деятельность аэропорта зависит как от эффективности деятельности перевозчиков, так и арендаторов торговых и иных площадок. Отсутствие или наличие доверительных и взаимовыгодных отношений, подчиненных единому комплексу правил отражается на эффективности деятельности как отдельных участников, так и аэропорта как комплекса в целом.

Клиентоориентированность имеет критерии оценки потребителей услуг:

- ценность для пассажиров, т.е. решение их проблем и удовлетворение основных и дополнительных потребностей;

- ценность для партнеров, что выражается в готовности обеспечивать удовлетворение пассажиров и других посетителей аэропорта функциональными услугами с соответствующим ожиданиям качеством;

- ценность для персонала, работающего на территории аэропорта (в самой управляющей компании, в компании-перевозчике пассажиров, других организациях, функционирующих на территории аэропорта);

- ценность для посредников, выполняющих поставки или оказывающих промежуточные услуги как пассажирам, так и организациям на территории аэропорта;

- ценность для государственных органов, которые оценивают эффективность хозяйствующего субъекта, представляющего интересы региона или страны.

Таким образом, клиентоориентированность – многоаспектное понятие, наибольшую емкость которого представляет концепция деятельности предприятия. Также следует отметить, что клиентоориентированность можно оценить как в качественных, так и количественных показателях. Среди качественных следует отметить: соотношение положительных и отрицательных отзывов, эстетическая и функциональная привлекательность и удобство территории и внутреннего пространства, доброжелательность и отзывчивость персонала, соответствие комплексности оказания услуг отдельным сегментам потребителей, стилевое решение, технический уровень оснащенности аэропорта.

К количественным показателям можно отнести: минимальная и максимальная пропускная способность, численность персонала на группу пассажиров или количество рейсов, длительность обслуживания одного пассажира, уровень безопасности производства услуг, показатели освещенности, воздухообмена и другие характеристики внутренних помещений, в том числе температурный режим.

Важным показателем является доходность одного посетителя, которая складывается из среднего чека каждого направления деятельности на территории аэропорта, не включая услуги авиaperевозки, длительность нахождения посетителей на территории аэропорта, динамика сезонных и других изменений доходности, в зависимости от интенсивности пассажиропотока.

Рассматривая спектр услуг, предоставляемых на территории «Международного аэропорта «Владивосток», следует отметить, что он учитывает возможности управляющей компании привлечь сегмент розничной торговли и предприятий общественного питания. Это ограничение является фактором отсутствия достаточных площадей для развития, например услуг развлечения, культурно-развлекательной программы. Не предполагается, что пассажиры будут проводить время в аэропорту большее, чем требуется для регистрации на рейс.

Клиентоориентированность можно определить как непрерывный процесс развития в соответствии с потребностями меняющихся предпочтений потребителей, при этом развитие должно учитывать комплексность и системность.

Специфика деятельности аэропорта заключается в том, что на одном пространстве клиент может быть и потребителем и производителем услуг, при этом созданная информационная среда подчиняется правилам, установленным управляющей компанией аэропорта. Все субъекты аэропортовой деятельности взаимосвязаны и взаимно влияют на конечный результат экономической деятельности.

Важно отметить, что единство выполнения правил определяет интерес конечного потребителя – пассажира и других посетителей аэропорта.

1. Пассажиропоток «Международного аэропорта «Владивосток» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vvo.aero/>.

2. Мухачева А.В., Димов Э.В. Клиентоориентированность персонала: дефиниционные основы и оценочная практика // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – №41. – С. 95-118.

3. Малышев А. А., Кошелева Т.И. Модель клиентоориентированных бизнес-процессов на примере ООО «Премьер-строй»// Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – № 6. – С. 59–64.

4. Клиентоориентированный подход: разбор ошибок, рекомендации и реальный пример внедрения [Электронный ресурс]. – URL: <https://t-laboratory.ru/2019/05/16/klientoorientirovannyj-podhod-razbor-oshibok-rekomendacii-i-realnyj-primer-vnedrenija/>.

5. Натейкина Ю.О. Методы развития внутренней клиентоориентированности персонала // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – №3 (45). – С. 48-49.

6. Руденко А.А. Влияние качества неавиационных услуг на развитие аэропорта // Студенческий электронный научный журнал. – 2019. – №18(62). – URL: <https://sibac.info/journal/student/62/141026>.

Рубрика: Экономика и управление народным хозяйством

УДК 338.4: 656.7

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ КАТЕГОРИИ «VIP» В АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК»

К.С. Федоренко

бакалавр

И.А. Шеромова

д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В свете увеличения спроса на VIP-обслуживание, очевидно, что обслуживание каждого «VIP» клиента представляет собой достаточно емкий процесс, поэтому в статье рассмотрены теоретические основы организации процесса обслуживания пассажиров категории «VIP», проведен анализ особенностей обслуживания пассажиров категории «VIP» в АО «Международный аэропорт Владивосток, а также, приведены предложения для усовершенствования процесса обслуживания.

Ключевые слова и словосочетания: авиация, аэропорт, международный аэропорт Владивосток, VIP пассажиры, VIP обслуживание в аэропорту.

ANALYSIS OF THE FEATURES OF PASSENGER SERVICE CATEGORY «VIP» AT THE VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT

In light of the increasing demand for «VIP» services, it is obvious that servicing each «VIP» client is a rather capacious process, therefore, the article discusses the theoretical foundations for organizing the «VIP» passenger service process, analyzes the features of «VIP» passenger service in «Vladivostok International Airport», as well as, offers suggestions for improving the service process.

Keywords: Aviation, airport, Vladivostok international airport, VIP passengers, VIP service at the airport.

В настоящее время воздушный транспорт является одним из самых важных и активно развивающихся. Среди большого числа пассажиров, пользующихся услугами авиатранспорта, можно выделить отдельные категории пассажиров, чье обслуживание отличается от общепринятого. Оно заключается в том, что этим категориям пассажиров предоставляются дополнительные удобства и услуги; обеспечивается надлежащий уровень безопасности при перевозке; предъявляются определенные требования государственных органов страны въезда и выезда и